

SEO 101: چگونه در فضای مجازی مشتری پیدا کنیم

تهیه و تنظیم: علیرضا امیری
فناوری اطلاعات مبین

با گسترش دسترسی عامه مردم به اینترنت و ظهور تکنولوژی‌هایی که علاوه بر ایجاد دسترسی آسان‌تر امکان ایجاد فضایی برای تبادل اطلاعات و اجناس در قبال پول را فراهم کردند کسب و کارهای زیادی به سمت اینترنت و استفاده از قابلیت‌های منحصر به فرد آن رفته‌اند.

پیش‌آهنگان این مهاجرت از فضای واقعی به فضای مجازی فروشندگان محصولات الکترونیکی مانند موسیقی، عکس و در ادامه خرده‌فروشی‌هایی مانند آمازون بودند. کسب و کارهایی که با افراد زیادی از اجتماع سر و کار داشتند و این فرصتی شد برای عرضه هرچه بیشتر محصولات و خدمات به رغم عدم هزینه‌های فیزیکی و سربارهای مالی بیشتر.

با توجه به گسترش بی‌سابقه دسترسی به اینترنت در ایران، امکانات پستی و باربری‌های متعدد در شهرهای مختلف کسب و کارهای بیشماری در داخل کشور نتوانستند به اغوای فضای مجازی برای رونق داد و سدد خود نه بگویند. حقیقت این است که اینجا شاید تنها جایی باشد که اغوا می‌شویم اما نتیجه شیرینی را برایمان به ارمغان می‌آورد.

در هفته‌های اخیر نیز با توجه به تعطیلی اجباری کسب و کارها و شرکت‌ها و عدم امکان مراجعه حضوری توسط مشتریان استفاده از فضای مجازی تنها سلاحی بود که در مقابل این رکود اقتصادی به کمک کارفرمایان آمد.

با توجه به کارکردهای متنوع فضای مجازی برای کسب و کار و مزیت‌های کاملاً برتر آن بر کسب و کارهای سنتی بر آن شدیم تا سلسله مقالاتی را با هدف رونق دادن به وب‌سایت شما و پروفایل‌های شرکتی شما در شبکه‌های اجتماعی گردآوری کنیم.

اگر شما از قبل یک وب‌سایت داشته باشید می‌توانم دو حالت را برای شما متصور شوم: حالت اول اینکه وب‌سایت شما بازدهی مناسبی دارد و شما از تماس‌ها و مشتریان ایجاد شده توسط آن رضایت دارید، در نتایج جستجو در زمینه کاری خودتان در جایگاه مناسبی هستید و در نهایت کلام اینکه تجربه شیرینی از آن دارید. اما حالت دوم این است که یک وب‌سایت دارید که خودتان در آن گم می‌شوید، اصلاً در نتایج جستجو دیده نمی‌شوید، تا به حال کسی از سایت با شما تماس نگرفته است و این احساس را دارید که انگار پولتان را هدر داده‌اید و فضای مجازی واقعا به رونق کسب و کار شما کمکی نمی‌کند.

اگر شما در دسته دوم هستید ما با این مجموعه مقالات به شما کمک می‌کنیم سایت خود را بهبود بخشید، از پتانسیل اینترنت و فضای مجازی برای رونق گردش مالی خود استفاده کنید و تجربه تلخ قبل را با وب‌سایتی پویا جایگزین کنید.

اگر هم شما جزو دسته اول هستید و از وب‌سایت خود رضایت دارید با ما همراه باشید، در دنیای اینترنت همیشه جایی برای آموختن هست، الگوریتم‌ها، بهینه‌سازی‌ها و اثربخشی محتوایی که سال‌های قبل فراهم کرده‌اید ممکن است امسال یا سال‌های بعد مفید نباشد.



مقدمه را کوتاه می‌کنم تا به محتوای اصلی بپردازیم، امیدوارم مقالات پیش رو در شرایطی که کشورمان با مشکلات اقتصادی و کارفرمایی گوناگونی دست به گریبان است دری باشد برای بهبود کسب و کار.

SEO چیست؟

کلمه SEO که در فارسی آن را به صورت "سئو" نیز می‌نویسند مخفف عبارت "Search Engine Optimization" است، یعنی بهینه سازی برای موتورهای جستجو. مجموعه‌ای از فعالیت‌ها که باعث بالارفتن تعداد بازکنندگان از سایت شما از طریق نتایج جستجو می‌شود. سئو علاوه بر افزایش تعداد بازدیدها، کیفیت بازدیدکنندگان را نیز هدف قرار میدهد تا برند شما را به مخاطب مناسب معرفی کند.

برخلاف خود عبارت سئو، در واقع هدف از این فعالیت‌های بهینه سازی بیشتر افراد هستند تا موتورهای جستجو، دانستن اینکه مردم چه چیزی را به صورت آنلاین جستجو می‌کنند، پاسخ‌هایی که به دنبال آن میگردند، کلماتی که از آن برای جستجو بهره می‌برند و محتوایی که دوست دارند به دست بیاورند (ویدئو، متن، عکس، صوت). اگر شما پاسخ این سوالات را بدانید می‌توانید با مخاطبان کسب و کار خودتان به راحتی ارتباط برقرار کنید و خدمات و محصولاتی که عرضه می‌کنید را در اختیار آنان قرار دهید.

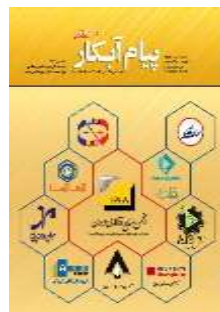
اگر دانستن نیاز مخاطب را یک روی سکه در نظر بگیرید و ارائه پاسخی به این نیاز که توسط موتورهای جستجو دیده شود را روی دیگر سکه، در این مقالات شما یاد خواهید گرفت که سکه را چطور روی لبه آن به تعادل برسانید.

مفاهیم پایه در مورد موتورهای جستجو

موتور جستجو در واقع یک ماشین پاسخگوست. موتورهای جستجو میلیاردها محتوا را کنکاش می‌کنند و با هزاران فاکتور مختلف آنها را ارزش گذاری و طبقه بندی می‌کنند تا به این نتیجه برسند که کدام پاسخ برای شما مناسب‌تر است.

موتور جستجو تمام این کارها را با استفاده از زیر و رو کردن محتوای وب (شامل عکس، فایل‌های آفیس و PDF و موسیقی و ویدئو و ...) و طبقه بندی آنها که به عنوان فرآیند "خزیدن و فهرست کردن" شناخته میشود و ارزش گذاری این محتوا متناسب با کلمه کلیدی جستجو شده انجام میدهد. کمی پیچیده شد، خلاصه این فرآیند به این شرح است:

کنکاش کل محتوای وب (خزیدن) ← طبقه بندی محتوا (فهرست کردن) ← ارزش گذاری متناسب با کلمه کلیدی (جایگاه نمایش)



نتایج ارگانیک چیست؟

به صورت خیلی خلاصه میتوان گفت نتایجی که در صفحات جستجو نمایش داده شوند دو دسته هستند، یا با پرداخت هزینه در آن مکان نمایش داده میشوند یا به صورت معمول و رعایت نکات بهینه سازی توسط موتور جستجو برای نمایش برگزیده میشوند.

به حالت اول نمایش در نتایج جستجو تبلیغات میگویند که انواع مختلفی دارد و موضوع بحث این مقاله نیستند. اما حالت دوم، یعنی برگزیده شدن سایت برای نمایش در نتایج جستجو را به اصطلاح "ارگانیک" میگویند. (تبلیغات را به نوعی میتوان رشوه به موتورهای جستجو در نظر گرفت و نتایج ارگانیک یعنی سایت شما مشمول شایسته سالاری شده است)

نتایج نمایش داده شده در صفحات اشکال مختلفی دارند، از نمایش لینکهای ساده تا کادرها و ستارهها و پنلهای اطلاعاتی که در مورد آنها بعدها بیشتر توضیح داده خواهم داد.

چرا سئو مهم است؟

اگرچه تبلیغات پولی، شبکه های اجتماعی و سایر ابزارهای آنلاین میتوانند مخاطبان را به سایت شما هدایت کنند اما حقیقت این است که بیشترین ترافیک سایت ها را موتورهای جستجو ایجاد میکنند.

نتایج جستجوی ارگانیک در مقایسه با تبلیغات پولی از نظر افرادی که به دنبال چیزی میگردند ارزش بیشتری دارند و مخاطب با اعتماد بیشتری بر روی آن کلیک میکند تا محصول یا خدمت مورد نیازش را بیابد.

در حالت کلی سئو در مقایسه با تبلیغات پولی تا ۲۰ برابر ترافیک بیشتری را به سایت شما هدایت خواهد کرد.

سئو یکی از کانال های بازاریابی است که اگر درست طراحی و اجرا شود با گذشت زمان میتوان بیشتر و بیشتر از نتایج آن بهره مند شد. اگر شما محتوایی قوی ایجاد کنید که برای کلمه کلید مورد نظر از نظر موتور جستجو جایگاه خوبی کسب کند، ترافیک سایت شما به مرور زمان مانند اندازه یک گلوله برفی بیشتر و بیشتر میشود و افراد بیشتری را وارد سایت شما میکند، این در حالی است که تبلیغات پولی برای نمایش شما نیاز به تزریق مداوم پول دارند و اگر این جریان مالی را قطع کنید، شما هم از نتایج جستجو حذف خواهید شد!

موتورهای جستجوی فعلی هزاران بار از موتورهای جستجوی اولیه هوشمندتر و سریع تر هستند اما باز هم برای اینکه محتوای مناسب را نمایش دهند به کمک ما نیاز دارند. بهینه سازی سایت به موتورهای جستجو کمک میکند محتوای سایت را درست مشاهده کند، فهرست کند و در نهایت جایگاه مناسبی را در نتایج جستجو به آن اختصاص دهد.



آیا لازم است که یک متخصص سئو استخدام کنم؟

اگرچه شما با مطالعه محتوای این مقاله به دید خوبی از سئو دست خواهید یافت و میتوانید به سایت خود سر و سامان دهید که به بهبود رتبه شما در نتایج جستجو ختم شود اما این نکته را دقت داشته باشید یک فرد متخصص جنبه ها و ریزه کاری های مختلفی را زیر نظر میگیرد که از دید یک فرد معمولی با دانش عمومی آن تخصص پنهان است، مطمئنا این امر در حوزه کاری شما نیز صدق میکند.

در این حله شما نیازی به استخدام یه متخصص یا مشاور سئو ندارید، ابتدا این مقالات را مطالعه کنید، دانش خود رو به صورت عمومی در این حوزه ارتقاء بخشید و از نتایج آن بهره ببرید، سپس در صورتی که نیاز به متخصص دارید اقدام به استخدام یا گرفتن یک مشاور در این حوزه کنید.

بهتر است قبل از استخدام چنین فردی خودتان اطلاعاتی داشته باشید که بدانید از او چه انتظاری دارید، استخدام اشتباهی در این حوزه میتواند صدمات بزرگی را به وجه سایت شما و در نهایت برند شما در سطح اینترنت وارد کند.

سئوی کلاه سفید و سئوی کلاه سیاه

همیشه برای رسیدن به مقصد دو راه وجود دارد، راه اصلی که روی نقشه مشخص شده است و راه میانبری که از کوچه پس کوچه های تاریک میگذرد.

برای رسیدن به نتایج مطلوب در سئو نیز دو راه وجود دارد، راه اول تکنیک ها و ابزارهایی است که موتورهای جستجو و متخصصان آنها پیشنهاد کرده اند و باعث ایجاد و بازآفرینی ارزش برای کاربر نهایی (مشتری) میشود.

راه دوم هم استفاده از تکنیک ها و ابزارهایی است که با دور زدن الگوریتم های جستجو سعی در فریب موتور جستجو دارند. اگرچه این روش ها ممکن است شما را در صدر نتایج نمایش دهد اما ریسک بسیار بالایی به جهت برملا شدن دست شما برای موتور جستجو در پی دارد که باعث اقدامات تنبیهی از سمت آن و حتی حذف دائمی سایت شما از نتایج جستجو شود. یادتان باشد موتورهای جستجو بسیار هوشمند هستند و سرعت پیشرفت تکنولوژی آنها به قدری بالاست که ممکن است همین فردا همه تکنیک های کلاه سیاه بی اثر شوند و سایت شما دچار لطمات جبران ناپذیری شود.

در این مورد بعدها صحبت خواهیم کرد

موتورهای جستجو هم موفقیت شما را میخواهند

شاید با خودتان فکر میکنید همه این کارها را میکنیم تا نظر موتورهای جستجو را جلب کنیم، رقابتی بین شما و موتور جستجو برای جلب رتبه اول. اما حقیقت این است که موتور جستجو یار شماست تا خودتان را راحت تر به مخاطب برسانید. حتی گوگل مجموعه دقیق و منظمی را برای آموزش نکات سئو فراهم کرده است که حتی یک فرد تازه کار هم بتواند با مطالعه آن مجموعه متخصص سئو شود. همه ساله در نقاط مختلف جهان کنفرانس های مختلفی برای مخاطبان و متخصصان سئو برگزار میشود که میزبان کارشناسان بسیاری از موتورهای مختلف جستجو هستند. گرچه موتورهای مختلف جستجو در رسیدن به هدف با هم تفاوت هایی دارند اما حرف مشترک همه آنها در دو جمله خلاصه میشود: ۱- سعی نکنید سر موتور جستجو را شیره بمالید ۲- برای بازدید کننده سایتتان تجربه خوشایندی فراهم کنید.



توصیه های گوگل وب مستر Google Webmaster

چرا گوگل؟ وقتی چندین موتور جستجوی دیگر هم وجود دارد چرا همه حرف از گوگل میزنند؟

خب جواب ساده است، به این علت که بیش از ۹۰ درصد جستجوهای که در اینترنت انجام می شود به وسیله گوگل انجام میشود (به جز کشور چین که گوگل در این کشور فیلتر است)

به همین جهت توصیه ما این است که نکات توصیه شده توسط گوگل را انجام دهید و تمرکزتان روی این موتور جستجو باشد.

قواعد کلی:

- صفحات را برای کاربر طراحی کنید نه برای موتور جستجو
- سعی نکنید کاربر را گمراه کنید
- از کارهایی که باعث گول زدن گوگل میشود پرهیز کنید. قاعده کلی برای فهمیدن اینکه آیا این کار جزو کلکها است یا نه این است که فکر کنید اگر آن را برای یکی از کارمندان گوگل توضیح دهید چه واکنشی از خود نشان خواهد داد؟ یک راه دیگر این است که از خود بپرسید "آیا این به کاربر سایت من کمکی میکند؟"
- به این فکر کنید چه کارهایی باعث متمایز شدن، جذاب شدن و با ارزش شدن سایت شما میشود

کارهایی که نباید انجام دهید:

- محتوای تولید شده توسط ربات ها
- تولید صفحاتی با عنوان یا محتوای تکراری که از جای دیگر کپی شده است
- نمایش محتوای متفاوت به موتور جستجو و محتوایی دیگر به بازدید کننده (سطح این مورد تخصصی است)
- لینک و متنی که از دید مخاطب به هر روش پنهان شده باشد.